

Posmachismos y medios de comunicación: nuevos mecanismos para viejos problemas

Diana Rivero Santamarina

Universidad del País Vasco - Euskal Herriko

Unibertsitatea

diana.rivero@ehu.es

Cita recomendada: RIVERO, D. (2014). “Posmachismos y medios de comunicación: nuevos mecanismos para viejos problemas”. *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 50, págs. 85-97. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/a.v0i50.2268>

Resumen

Desde que el art. 14 de la Constitución reconoció la igualdad entre mujeres y hombres se ha extendido la idea de que, efectivamente, la discriminación por razón de sexo ha sido erradicada. Este espejismo de igualdad ya conseguida se ha extendido también a la profesión periodística.

Sin embargo, los posmachismos han surgido como nuevas formas de perpetuar las desigualdades históricas que afectan a las mujeres. En este artículo trataremos de identificar los posmachismos más extendidos entre la profesión periodística. Así, en este recorrido teórico analizaremos si el periodismo es una profesión feminizada, cómo se articulan las fórmulas narrativas para excluir a las mujeres de la profesión y relegarlas a las secciones de menor empaque dentro de los medios de comunicación, el papel que juegan los medios en la construcción de estereotipos sobre las mujeres, así como las causas que propician una representación testimonial de periodistas al frente de los medios.

Palabras clave: posmachismos, medios de comunicación, periodismo, discriminación, estereotipos.

Abstract. *Post-male chauvinism and the mass media: new mechanisms for old problems*

Since Article 14 of the Constitution recognized equality between women and men the idea has spread that discrimination for reasons of sex has been effectively eradicated. This mirage that equality has already been attained has also spread to the journalistic profession.

However, post-male chauvinism has emerged with new ways of perpetuating the historical inequalities that affect women. In this article we will try to identify the most widespread forms of post-male chauvinism in the journalistic profession. In this theoretical review we will analyze whether Journalism is a feminized profession, how narrative formulas are articulated to exclude women from the profession and relegate them to less important sections in the mass media, the role played by the media in constructing stereotypes on women, as well as the causes that favor a merely token presence of women in top media positions.

Key words: post-male chauvinism, mass media, journalism, discrimination, stereotypes.

1. Introducción

Una de las últimas resoluciones del Parlamento Europeo (2012/2116) sobre el sexismo en los medios de comunicación denunció que «la discriminación de género en los medios facilita la reproducción de los estereotipos de género».

Y es precisamente a través de esos estereotipos e ideas falsas asumidas como ciertas como el machismo opera actualmente en contra de la igualdad, ya que, de acuerdo con Lorente (2009: 66), «desde las posiciones masculinas más reflexivas se percibe que el enfrentamiento frontal y la posición rígida ya no podrán ser efectivos».

Tal como anunció la Plataforma de Beijing (1995) los medios de comunicación pueden contribuir de forma fundamental al logro de la igualdad entre mujeres y hombres... o no. Dependerá de la elección de los temas, el tratamiento informativo, las fuentes, el uso no sexista y estereotipado del lenguaje y las imágenes, entre otras cosas. Pero hay que tener presente que la subinformación y la desinformación como partes de la estrategia del posmachismo se traducen en una ocultación de las noticias e informaciones que hacen referencia a posiciones diferentes a las suyas. Y es que «la verdadera desinformación está en informar mal, en distorsionar voluntariamente esa realidad objetiva para conseguir crear un efecto determinado» (Lorente, 2009: 96).

Según este autor, bajo esta estrategia la red posmachista se extiende de manera que se multiplican los mensajes y se diversifican las imágenes y los contenidos con la intención de invisibilizar aún más, bajo el camuflaje de normalidad, el objetivo de sus estrategias.

Por ello, en este artículo se identifican las formas actuales de posmachismo más extendidas entre la profesión periodística, con la intención de desenmascarar así las inercias e ideas preconcebidas que ayudan al sostenimiento de un sistema discriminatorio dentro de la profesión que lleva indefectiblemente a la elaboración de informaciones sesgadas y carentes de enfoque de género.

2. ¿Feminización de la profesión periodística?

En los últimos tiempos se ha extendido la conceptualización del periodismo como una profesión feminizada. Tal como comprobaremos a continuación, en esta afirmación encontramos una primera forma de posmachismo que trata de extender la igualdad obtenida entre los muros académicos al terreno laboral, desdibujando así el mapa real de las mujeres dentro de la profesión periodística.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística de 2010 existen en España un total de 37 universidades y centros universitarios que imparten estudios de periodismo, de los cuales un 56,5 % son públicos y un 43,2 % son privados. En cifras del *Informe anual de la profesión periodística 2010*¹, las mujeres

1. No se hace referencia a los informes de la profesión periodística publicados en años posteriores porque ofrecen las cifras totales de licenciados y licenciadas en periodismo, pero no segregadas por sexo.

representan el 70,1 % de las licenciadas frente al 29,9 % de licenciados. Estos datos hacen que autores como Costa y Tuñez (2009: 777) califiquen a la profesión periodística de «eminentemente femenina».

Se trata de un fenómeno que cada curso académico va en aumento, ya que en 1994 eran un 64 % las licenciadas, en 2006 ya alcanzaban el 65 % y en la actualidad superan los dos tercios —70,1 %— (APM, 2010: 91).

Si tomamos como ejemplo el caso de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, dos de cada tres estudiantes son mujeres, el 65 % del alumnado (Garrido, 2005: 122). Los datos relativos a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea (Rivero: 2012) reflejan también esta tendencia con un 67 % de licenciadas en periodismo en la década 1999-2009.

Teniendo en cuenta estas cifras lo que parece indiscutible es la adecuación de acuñar el término «feminizada» a la fase académica del periodismo. Ahora queda comprobar si estas cifras son extrapolables al terreno laboral.

En principio, el estudio del Col·legi de Periodistes de Catalunya nos advierte que conviene falsear la hipótesis de la feminización o que, al menos, habría que definirla con mayor precisión, dado que parece que los datos nos hablan más de una feminización de los estudios de periodismo, pero no así de la profesión periodística como tal. Tal como apuntan Soriano, Cantón y Mercé (2005: 44), el 70 % de los periodistas catalanes son hombres mientras que la cantera donde se forman los futuros periodistas no ha dejado de licenciar cada año a muchas más mujeres que a hombres.

Actualmente, uno de los estudios más completos sobre las diferencias salariales y profesionales con base en el género lo encontramos en *El diagnóstico de la profesión periodística de Aragón* realizado por la Asociación de la Prensa de Aragón en junio de 2001. Asimismo, también podemos destacar el estudio *La situación profesional y laboral de los periodistas*; el estudio publicado por el Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia sobre la situación laboral de la profesión en la comunidad autónoma gallega, publicado en 2002; y el diagnóstico sobre la profesión periodística elaborado por la Asociación de la Prensa de La Rioja en 2009. El perfil general de periodista profesional que se desprende del cruce de los datos de estos estudios es el de un hombre de 35 años, licenciado en Ciencias de la Información, con jornadas laborales que exceden las ocho horas, salario medio de 1.200 euros y una percepción de precariedad de las condiciones en las que realiza su trabajo.

Uno de los datos destacados sobre el perfil del/la periodista nos indica que las jornadas laborales se sitúan entre las ocho y las diez horas diarias, lo que reafirma la premisa de que «no hay un tiempo concreto para ser periodista, sino que el periodista ha de serlo durante todo su tiempo» (Ortega y Humares, 2000: 17).

Uno de los indicadores, tal como destaca Rodríguez López, para medir la presencia laboral de las mujeres son los índices y edades de participación de las mujeres en la vida laboral. La representación mayoritaria corresponde a mujeres con edades comprendidas entre los 40-50 y los 50-60. Es decir, las mujeres

en edad reproductiva (30-40) están infrarrepresentadas en el mercado laboral periodístico, lo que pone de manifiesto que la participación se contempla una vez desaparecidas las responsabilidades familiares. Este argumento justifica, cuando menos, el hecho de que las mujeres no puedan participar de esta condición *sine qua non*, ya que el relevo generacional se descarta con una media de edad de 35 años. Esta teoría se ve avalada por los datos del *El diagnóstico de la profesión periodística de Aragón*, donde el estudio por tramos de edad revela que por debajo de los 30 años, tres de cada cuatro periodistas son mujeres. Y es precisamente la ausencia de políticas de conciliación, según el *Informe de la FAPE* (2013), lo que produce mayores tasas de paro femenino, menos oportunidades de empleo, de formación, de promoción y de acceso a puestos de responsabilidad. Todo ello además de la segregación profesional, la mayor precariedad, la expulsión del mercado de trabajo por motivos relacionados con la maternidad y las responsabilidades familiares, las retribuciones inferiores por trabajo de igual valor y las dobles jornadas de trabajo.

3. Las formas narrativas del periodismo como obstáculo a la carrera profesional de las periodistas

A la dificultad de conciliar la vida laboral con la familiar se suman otros mecanismos para la exclusión de las periodistas de las redacciones, pero una vez más lo hacen de manera clandestina, lo que dificulta su identificación.

Para muchos teóricos y teóricas el discurso entre lo público y lo privado es el que construye estas desigualdades. Para Hannah Arendt, tal como expone en su obra *La condición humana* (1958), desde la polis griega la base del espacio privado se asentaba sobre la necesidad de procurar un espacio público en el que los hombres pudiesen participar como ciudadanos. En palabras de Nancy Fraser en la obra *Unruly Practices: Power, Discourse, and Gender in Contemporary Social Theory* (1989), el concepto de esfera pública hace posible el intercambio de opiniones libres e iguales, eso sí, desde una visión masculina del mundo. Joan Landes, por su parte, en su obra *Gender, representation and revolution* (2001), concibe la exclusión de las mujeres de la esfera pública como la razón misma de su creación desde los tiempos de la Revolución Francesa.

Este antagonismo entre los espacios público y privado, aplicado a los medios, tal como expone Holland (2011: 32), hace que «las mujeres aparezcan en los medios encerradas en unos estereotipos que son producidos por hombres para construir su poder por medio de los excesos con que adornan a las mujeres que caricaturizan en sus páginas».

Van Zoonen (2011: 34) considera que las periodistas trabajan en áreas que son una extensión de sus responsabilidades domésticas y sociales determinadas por su cualidad de cuidadoras y factores socioeconómicos, como el hecho de que perciban una retribución inferior a la de hombres en los mismos cargos que ellas. De la explicación de esta distribución del tipo de contenido con base en el rol «privado» de las mujeres se entiende, como señala Van Zoonen (2011: 34), «que a mayor prestigio de un medio o una sección menor probabilidad de

encontrar mujeres en ellos». Según este mismo planteamiento, la autora Myra Macdonald (2011: 105) va más allá y considera que «los hombres que diseñan las *agenda setting* televisivas refuerzan las antiguas jerarquías de estereotipos mediante la producción de fórmulas de entretenimiento en las que participan, sobre todo, mujeres».

En sintonía con lo expuesto, John Hartley clasifica en cuatro categorías narrativas el periodismo actual: conflicto (seguridad nacional e internacional, defensa y conflictos bélicos); progreso (economía, industria nacional, financiación y presupuestos del Estado); competición (que abarca desde el arte hasta el deporte); accidentes (desastres naturales, innovación y desarrollo y anomalías). Hartley (1998: 53) defiende que en las tres primeras categorías las informaciones están elaboradas en su mayoría por hombres y que de la cuarta categoría participan mujeres y hombres. Según esta idea los hombres periodistas acaparan casi todas las formas narrativas del periodismo actual, lo que obstaculiza el acceso de las mujeres a la profesión.

Asimismo, la mayor presencia de mujeres en radio y televisión, donde las *soft news* (noticias blandas) son más abundantes, apunta a que el contenido resulta determinante para el acceso de mujeres y hombres a los medios de comunicación. Ross, por ejemplo, habla del periodismo político como característicamente masculino, lo que según esta autora se debe a que «en un estudio realizado por el British Group Women in Journalism se destacase que las mujeres políticas habían sentido que las periodistas frecuentemente habían realizado una cobertura más masculinizada que sus compañeros» (Ross, 2011: 113) probablemente en un intento de entrar en el mundo del periodismo de calidad.

Stuart Allan (1998: 68) considera por ello que un equilibrio entre mujeres y hombres en las redacciones no supondrá un cambio en el contenido, porque las periodistas tenderán a imitar las formas androcéntricas de informar preestablecidas debido a los mecanismos de inclusión-exclusión del discurso, que se sustentan en que los juicios de valor, la credibilidad y las fuentes expertas escasamente responden a mujeres.

Otro de los puntos clave para el entendimiento de los procesos de exclusión de las mujeres de la información de calidad es la objetividad. Desde el siglo xix los medios de comunicación han prodigado su objetividad como una fórmula para resultar atractivos a todo tipo de anunciantes. Según Steiner (1998: 147) «la demanda de objetividad inmediatamente descarta a las mujeres por su inherente subjetividad». Esta atribución de falta de racionalidad de las mujeres las relega a las páginas destinadas para audiencia femenina o a la elaboración de *soft news*. Steiner (1998: 152) relata: «cuando me contrataron para trabajar exclusivamente para las páginas femeninas, se me rompió el corazón al comprender que mi oportunidad de convertirme en una auténtica periodista había fracasado». Kitzinger (1998: 193) va más allá y muestra su pesimismo a la hora de corregir estos estereotipos profesionales por lo que ella denomina *False Memory Syndrome*, que se refiere a que las características que atribuimos a cada uno de los sexos forman parte de un poso de aprendizaje desde la edad más temprana muy difícil de corregir. Por ello, esta autora considera que con-

tabilizar la composición de las redacciones con base en el sexo no es suficiente porque una distribución distinta no implicaría nuevos resultados «hasta que no se incluya en las categorías de análisis la relación entre feminismo, antifeminismo, feminidad y cómo la masculinidad opera sobre ellas y se van diseñando y perpetuando en los medios» (Kitzinger, 1998: 202).

En definitiva, las actuales narrativas del periodismo que distinguen entre informaciones de contenido blando —*soft*— y duro —*hard*— suponen un mecanismo de exclusión asumido por la profesión y el trabajo diario de las redacciones que no hace sino excluir a las periodistas por su característica e inherente «subjetividad y sensibilidad».

4. Techo de cristal *vs.* techo de cemento, dos nombres para un mismo problema

Tal como explican Larrañaga y Rodríguez (2004: 202), «Las percepciones sociales de lo que constituye un trabajo adecuado para hombres y para mujeres suelen implicar que se les asignen tareas y responsabilidades distintas desde el comienzo». Teniendo en cuenta esta afirmación, los primeros empleos pueden resultar cruciales para el futuro del avance profesional y si las mujeres consiguen trabajos iniciales inferiores a los hombres, pueden sufrir ciertas desventajas que afectarán al resto de su vida profesional. Y aquí encontramos una de las formas de posmachismo más extendida y efectiva, que consiste en atribuir las posiciones de mujeres y hombres en la pirámide laboral con base en supuestos méritos objetivos cuando en realidad en esa asignación operan las diferencias de género ya desde los inicios.

Acerca del debate sobre la capacidad de gestión de las mujeres, el estudio de Deaux «Interpersonal networks and social categories: Specifying levels of context in identity processes» (2000) reveló diferencias en la forma de percibir su propia capacidad de gestión entre hombres y mujeres: ellas perciben problemas adicionales a su trabajo que resultan imperceptibles para ellos. En trabajos iguales, los hombres consideran que ejecutan su labor mejor que sus compañeras, que poseen más habilidades e inteligencia. Además, ellos creen que las labores que desempeñan presentan mayor complejidad que las que desarrollan sus compañeras en el mismo puesto. Asimismo, los hombres se presentan más seguros respecto a su capacidad de obtener el éxito laboral y creen que se debe exclusivamente a sus capacidades. Ellas se muestran menos optimistas y consideran un freno a su carrera profesional el hecho de ser mujer. En el caso español, los resultados derivados del informe *Profesionales del periodismo* (2000), realizado para el CIS por García de Cortázar y García de León, arroja nuevas perspectivas sobre qué relacionan las mujeres y los hombres periodistas con el hecho de que ellas sean menos —según el *Segundo informe de representación de género en los informativos de radio y televisión* (2005) el 22 % de las redactoras de televisión son mujeres y el 23 % de las redactoras de radio— y ocupen puestos inferiores. Los datos nos indican que el 37 % de mujeres y hombres reconocen que este desequilibrio se debe a que no existe

la misma igualdad de oportunidades, el 20 % de los hombres y el 11 % de las mujeres lo achacan a que la presencia femenina en la profesión es un fenómeno emergente, el 14 % de hombres y el 30 % de mujeres creen que se debe a que las empresas dudan de la capacidad directiva de las mujeres, el 8 % de los hombres y el 13 % de mujeres lo relacionan con los problemas de corresponsabilidad (Harrison *et al.*, 2011: 187).

Otro obstáculo en la capacidad directiva de las mujeres se encuentra en la gestión del tiempo. Se puede decir que todos los empleos en general, pero muy especialmente los trabajos de dirección, se han estructurado de forma tradicional para adaptarse a alguien que cuenta con un sistema de apoyo a tiempo total que lo respalda desde el hogar, es decir, alguien que haga la compra, cocine, lave y mantenga las relaciones personales y familiares. En otras palabras, como señalan Larrañaga y Rodríguez (2004: 198), «se sigue funcionando como si hubiera siempre alguien en casa, alguien que se encargue de todo lo que está fuera del trabajo profesional».

¿Puede ser esta la causa principal para la infrarrepresentación de mujeres en los órganos directivos? Lo que resulta indiscutible es que tanto hombres como mujeres son capaces de asumir roles directivos, hasta ahora impregnados de características masculinas ya que los hombres han sido los ocupantes de esos cargos.

Podríamos plantear que a las mujeres no les motiva estar en estas posiciones, al considerar que el poder solo es posible ejercerlo emulando el modelo masculino. Además se podría considerar que a las mujeres no les interesa el ejercicio del poder al existir una cultura femenina que definiría a las mujeres como un grupo social diferencial y homogéneo.

Otra hipótesis es que a las mujeres les interesa de forma similar que a los varones el ejercicio del poder. Pero el capital social, las redes sociales de clase y género, siguen funcionando en la asignación de posiciones sociales a los individuos, fundamentalmente, a medida que las mujeres saltan las barreras de capacitación educativa. El requisito del mérito ya no es suficientemente funcional para frenar el acceso de las mujeres a los espacios públicos, y por ello los pactos de fraternidad entre los varones son nuevamente vitales, es lo que se ha venido a llamar patriarcado. Justamente cuando el mérito académico de las mujeres está probado, el papel de las relaciones sociales se vuelve más relevante, y de ahí se deriva el famoso «techo de cristal». Este mecanismo casi imperceptible de discriminación se muestra en contra de implantar la paridad sexual, sostiene que con esta medida se pervierte el principio de igualdad de oportunidades que debe regir la sociedad. Es decir, se parte de la lógica de la igualdad, al entender que esta es una realidad para los sexos. Por lo tanto, se considera que la asignación de las personas a las posiciones sociales es eficaz, y viene dada por el mérito que cada individuo haya acumulado. Esto es lo que plantea el enfoque de «capital humano», cuyas teorías ignoran los mecanismos de exclusión y el papel que la clase y el género tienen en la estructuración social.

Las nuevas formas de discriminación sexual emergen a medida que las mujeres se incorporan en los espacios «públicos», considerados tradicionalmente «monopolio» masculino, y obtienen mejores calificaciones académicas que los

varones. Esta nueva situación provoca, tal como señala Torralbo (2006: 198), «que cuando el requisito de mérito ya no es absolutamente funcional a los intereses del género masculino, se crean nuevas barreras de acceso a estos espacios, legitimando nuevas formas de desigualdad, si bien más sofisticadamente, lo cual dificulta su proceso de visibilización».

Por otro lado están quienes defienden la teoría del «techo de cemento», es decir, son las propias mujeres quienes frenan su ascenso a los altos escalafones de los medios de comunicación. Normalmente, estas renunciadas suelen atribuirse a la alta dedicación que requieren estas posiciones y a que ellas prefieren inclinarse por el disfrute de su vida personal y familiar.

Pero, ¿no son al fin y al cabo el techo de cristal y el techo de cemento los resultados de un mismo problema? Las mujeres que deciden optar por su vida profesional y están dispuestas a adoptar cargos directivos se ven frenadas por un sistema discriminatorio del mercado laboral que afecta a sus carreras desde los inicios. Por otro lado, aquellas que renuncian a puestos que dificultan la conciliación de la vida laboral con la familiar adoptan esa decisión bajo el rol que el patriarcado las ha atribuido, en su función de cuidadoras y procuradoras del ámbito privado. Sin embargo, el techo de cemento es manidamente utilizado por el discurso posmachista para hacer ver que las oportunidades son las mismas para todas las personas, pero que las mujeres carecen del más mínimo espíritu de sacrificio en el terreno profesional y que son ellas mismas las que se blindan el acceso a espacios históricamente monopolizados por los hombres.

5. El papel de los medios de comunicación en la imagen de las mujeres

En las últimas décadas se han producido cambios relevantes en la imagen que los medios de comunicación ofrecen de las mujeres, aunque ello no ha supuesto la erradicación de los contenidos sexistas y estereotipados, más bien se ha producido una nueva forma subversiva de difundir el androcentrismo a través de los medios.

Así, en lo que se refiere a los contenidos resulta obvio para Núñez y Loscertales (2010: 238-39) que «los temas de género rara vez tienen acogida en las secciones de los periódicos y, por supuesto, es todavía más extraño que se recojan en la primera página. No obstante, resulta más descorazonador que sean muy pocas las noticias que se traten desde una perspectiva de género, esto es, destacando la diferente posición que ocupan hombres y mujeres en la pirámide social».

El dominio de lo masculino en el ámbito público está tan interiorizado que no somos conscientes del predominio de la mirada androcéntrica que presentan los medios de comunicación, entre otras cosas, porque los parámetros de lo masculino, de tanto repetirse, se han convertido en «modelos de normalidad». Si atendemos al discurso periodístico, llaman la atención dos aspectos. El primero: los hombres son juzgados por sus acciones: si son positivas se les aplaude y, si no, se les critica, pero, en ningún caso, se pone en tela de juicio su derecho a estar donde están. Sin embargo, esto no ocurre con las mujeres,

que son juzgadas por su apariencia, por sus actitudes, por su adecuación. Paradójicamente, el movimiento de mujeres, que como sector organizado registra una importante inserción en el mundo de las tecnologías de la comunicación, no ha puesto el grito en el cielo frente a esta forma de marginación. Y es que, como afirma León (2007: 19), «esta indiferencia resulta, sin duda, de múltiples factores sociopolíticos, pero también da cuenta de un orden de prioridades en las cuales las reivindicaciones relativas al derecho a la comunicación y a la tecnología son percibidas como temas especializados».

Tal como asegura Lledó (2004: 379): «se puede constatar que el androcentrismo tiende a no citar a las mujeres y, si lo hace, no las presenta como protagonistas ni como parte central de lo que se cuenta. En cambio el sexismo sí que hace aparecer a las mujeres en el discurso, siempre en contextos que las presentan con los tópicos, las cualidades, las situaciones... más manidas». Para esta misma autora (2004: 381) uno de los fenómenos más graves en la ocultación del papel público de las mujeres radica en un aspecto gramatical que articula tanto el castellano como otras muchas lenguas y «que consiste en el uso del género masculino como neutro, como genérico». De esta manera, de forma casi imperceptible anulamos la presencia femenina de la realidad informativa narrada siempre en genérico.

Esta particular relación que los medios de comunicación han establecido con las mujeres supone una categorización sólida por medio de la cual la imagen social nos conduce al reconocimiento de las personas que son representadas por ella de forma organizada y asequible. Esta categorización derivada de una síntesis cultural prolongada en el tiempo resulta muy peligrosa, ya que «su gran potencia estriba en que se acepta y se generaliza siendo compartida por toda la ciudadanía; y puede estar cargada de estereotipos y prejuicios» (Núñez y Loscertales, 2009: 20).

De este tipo de prácticas se deriva el segundo de los problemas: las mujeres aparecen representadas como un todo homogéneo impregnado de las mismas características. Esta proyección de lo femenino contribuye a desvirtuar la realidad al no reflejar a las mujeres con base en sus identidades y vidas únicas y diferenciadas.

Tal como expone María Pilar Rodríguez (2008: 7-8), las mujeres en los medios aparecen de modo que cumplen la función general asignada por el sistema, que es la de interiorizar el papel de economía de apoyo y resolver los desequilibrios y contradicciones en campos tales como la educación y la familia. La mirada informativa se ha anquilosado en un enfoque androcéntrico, reducido a varones adultos que ocupan los puestos de poder, de modo que la prensa resulta insensible a las transformaciones políticas y sociales de los últimos años.

6. A modo de conclusión

El reconocimiento formal de la igualdad entre mujeres y hombres, así como los avances conseguidos en esta materia, han hecho proliferar la falsa creencia de una igualdad plena ya conseguida, que ha servido de marco per-

fecto para el desarrollo de la discriminación sexista de la nueva era: el posmachismo. Así las cosas, el entramado patriarcal ha inventado nuevas formas de perpetuar viejos roles.

En el caso que nos ocupa, el de la profesión periodística, este posmachismo puede detectarse en los tres vértices de un triángulo que perpetúa sistemas que frenan las carreras periodísticas de las mujeres.

Por un lado, se ha extendido la idea de que la profesión periodística es una profesión feminizada. Para sustentar este concepto erróneo se entrecruzan de manera poco inocente los datos académicos y los laborales, de manera que el hecho de que las aulas de periodismo en las universidades españolas estén ocupadas en su mayoría por mujeres sirve para extrapolar esa realidad a las redacciones, cuando los datos nos muestran precisamente lo contrario. Y es que esa infrarrepresentación de mujeres en el seno de los medios de comunicación es una clara manifestación de las barreras que todavía hoy obstaculizan el acceso de un número cada vez mayor de graduadas en periodismo. Lo que demuestra además cómo esos sistemas desprecian la capacitación académica de ese gran porcentaje de mujeres periodistas.

El segundo vértice, tal como hemos comprobado en este artículo, para la exclusión de las mujeres lo encontramos en las formas narrativas, es decir, en el instrumento central de trabajo. Esta forma de discriminación es una de las maneras más sutiles de mantener a las periodistas fuera del círculo de las corporaciones mediáticas. La objetividad requerida en la elaboración de las noticias constituye una farsa que sirve de gran ayuda para el sostenimiento del posmachismo. Dentro de los estándares de rigor y pluralidad se pueden elaborar informaciones más ajustadas a la realidad y a los criterios democráticos. Ahora bien, ninguna palabra, enfoque ni selección de imágenes... responde a criterios de objetividad, ya que en todo ello subyace la subjetividad de quien lo selecciona. Ahora bien, resulta políticamente correcto aferrarse a la idea de objetividad para mantener a las mujeres excluidas de las grandes secciones de los medios por su inherente subjetividad. Así, la clasificación de las informaciones entre *soft* y *hard* relega a las periodistas a la elaboración de noticias cercanas y de interés humano, que son minoría en los medios, sobre todo en prensa. Lo que explica también una mayor presencia femenina en radio y televisión.

Si las formas narrativas como mecanismo de exclusión son difíciles de identificar, la escasa representación de mujeres en los órganos de dirección de las empresas de comunicación resulta evidente e imposible de ocultar. Pero aquí, una vez más, el posmachismo ha buscado la manera de separar esta realidad del androcentrismo que la genera. El techo de cemento se ha extendido como la teoría central para la discriminación de género en las altas esferas y contrarrestar así la teoría del techo de cristal. Pero, como hemos comprobado a lo largo de estas líneas, ambas teorías son origen de un mismo problema, ambas son el resultado de un mundo pensado para que los hombres se desarrollen en los espacios públicos mientras las mujeres siguen considerándose las procuradoras de los espacios privados. De ahí que las empresas consideren que ellas están menos capacitadas para desarrollar trabajos que requieran una

mayor dedicación —techo de cristal—. El posmachismo ha hecho tan bien su trabajo que encontramos que algunas mujeres han considerado también que puestos de esa envergadura nos las permitirán seguir ocupando su rol de cuidadoras y generadoras de un espacio familiar y privado adecuado, por lo que renuncian —techo de cemento—. El problema de la convivencia de estas dos teorías es que el techo de cemento intenta imponerse para ocultar la existencia de un techo de cristal. Y, sobre todo, que ambas no responden ni siquiera a decisiones de las empresas o de las mujeres, sino que esas decisiones ya las tomó anteriormente un sistema patriarcal que excluye, distingue y discrimina.

Por último, encontramos que estas formas de posmachismo infiltradas en la profesión periodística tienen reflejo en unos contenidos carentes todavía hoy de perspectiva de género y sin interés por los temas feministas, cuando los medios de comunicación serían la manera inmejorable de vehicular la erradicación del sistema patriarcal y ayudarían a desenmascarar los discretos, pero de gran calado, posmachismos.

7. Referencias bibliográficas

- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE ARAGÓN (2008). *Diagnóstico de la profesión periodística en Aragón*. Zaragoza: APA [en línea], consultado el 17/03/2014, <http://www.aparagon.es/informesapa.asp>
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE LA RIOJA (2009). *Estudio de caracterización del perfil del periodista en La Rioja*. Logroño: Grupo Append [en línea], consultado el 17/03/2014, http://www.casadelosperiodistas.com/descargas/estudio_profesion_def.pdf
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2010). *Informe anual de la profesión periodística 2010*, 1.ª ed. Madrid: APM.
- BEZUNARTEA, O.; CANTALAPIEDRA, M.J.; COCA, C. (2000). «La situación profesional y laboral de los periodistas vascos». *Revista ZER*, 9 [en línea], consultado el 2/02/2014, <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer09-12-cantalapiedra.pdf>
- BUTTERFIELD, A.; POWELL, G. (2002). «Gender and managerial stereotypes. Have the times changed?». *Journal of Management*, n.º 28, pp. 177-193.
- COLEXIO PROFESIONAL DE XORNALISTAS DE GALICIA (2002). *A situación laboral dos xornalistas galegos*. Santiago de Compostela: Litoron.
- COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA (2006). *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*. Barcelona: Col·leció Lexikon.
- COSTA, C.; TUÑEZ, M. (2009). «La mujer en los gabinetes de la administración pública gallega», en Pérez Amat, R.; Núñez, S.; García, A. (coords.). *Identidad, género y comunicación corporativa*. Madrid: Fragua, n.º 2, pp. 777-787.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M.; GARCÍA DE LEÓN, M.A. (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS - Siglo XXI.
- GARRIDO, C. (2005). «La dura realidad profesional de las mujeres periodistas», en Menéndez, M.I. (ed.). *Agencias de género. Comunicadoras en el mundo*. Madrid: AMECO, pp. 121-137.

- HARRISON, J.; SANDERS, K.; HOLTZ-BACHA, C.; RODRÍGUEZ DÍAZ, R.; GÖRPE, S.; GHANEM, S.; UGOCHUKWU, C. (2011). «Women and the News. Europe, Egypt and the Middle East, and Africa», en Poindexter, P., Meraz, S.; Schmitz Weiss, A. (eds.). *Women, men and news. Divided and disconnected in the news media landscape*. Oxon (UK): Routledge, pp. 175-212.
- HARTLEY, J. (1998). «Juvenation. News, girls and power», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 47-71.
- HOLLAND, P. (1998). «The politics of smile. Soft news, and the sexualisation of the popular press», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 17-33.
- KITZINGER, J. (1998). «The gender-politics of news production. Silenced voices and false memories», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 186-204.
- LARRAÑAGA, M.; RODRÍGUEZ, A. (2004). «Rompiendo el techo de cristal. Reflejo de la desigualdad en la empresa», en *Formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres*. Vitoria: Emakunde y Fondo Social Europeo, pp. 183-215.
- LLEDÓ, E. (2004). «Nombrar a las mujeres, describir la realidad. La plenitud del discurso», en *Formación y acreditación en consultoría para la igualdad de mujeres y hombres*. Vitoria: Emakunde y Fondo Social Europeo, pp. 373-412.
- LORENTE, M. (2009). *Los nuevos hombres nuevos*. Barcelona: Destino.
- LOSCERTALES, F. (2009). «Las mujeres y los medios. Imagen social e ideas estereotipadas. Una lectura en los últimos veinte años», en Núñez, T.; Loscertales, F. (eds.). *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer, pp. 13-38.
- MACDONALD, M. (1998). «Politicizing the personal. Women's voices in British television documentaries», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 105-121.
- ORTEGA, F.; HUMANES, M.L. (2000). *Algo más que periodistas*. Barcelona: Ariel.
- Rivero Santamarina, D. (2012). *La situación profesional de las periodistas en los principales medios de comunicación del País Vasco*. Tesis doctoral pendiente de publicación.
- RODRÍGUEZ, M.P. (2008). «Presencias y ausencias de las mujeres en los medios de comunicación». *Revista Emakunde*, n.º 71, pp. 6-10.
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, G. (2003). «Indicadores de conciliación y políticas públicas», en Comisión permanente del Consejo de la Mujer de la Comunidad de Madrid (coord.). *1.º encuentro sobre la iniciativa europea Equal. Conciliación de la vida laboral y familiar en España*. Madrid: Agrupación de Desarrollo del Proyecto Equal, pp. 158-176.
- ROSS, K. (2011). «Silent Witness. News Sources, the Local Press and the Disappeared Woman», en Krijnen, T.; Alvares, C.; Van Bauwel, S. (eds.). *Gendered transformations. Theory and practices on gender and media*. Malta: Gutenberg Press, pp. 9-25.
- SORIANO, J.; CANTÓN, M.J.; DÍEZ, M. (2005). «La pseudofeminización de la profesión periodística en España». *Revista ZER*, n.º 19, pp. 35-52.

- STEINER, L. (1998). «Newsroom accounts of power at work», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 141-160.
- STUART, A. (1998). «(En)gendering the truth politics of news discourse», en Carter, C.; Branston, G.; Stuart, A. (eds.). *News, gender and power*. Nueva York: Routledge, pp. 121-141.
- TORRALBO, C. (2006). «Paridad sexual y trabajo. Una aproximación sociológica», en Laboratorio feminista (ed.). *Transformaciones del trabajo desde una perspectiva feminista. Producción, reproducción, deseo y consumo*. Madrid: Tierradenadie, pp. 159-173.
- VAN ZOONEN, L.; DUTTS, L. (2011). «Coming to terms with sexualization». *European Journal of Cultural Studies*, vol. 14, n.º 5, pp. 491-506.